

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA ALFAMART BUDURAN
SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Jurusan Manajemen



Oleh :

OKA BRIAN AGENG WIBISONO
0612010002 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2011

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA ALFAMART BUDURAN
SIDOARJO

Yang diajukan

OKA BRIAN AGENG WIBISONO
0612010002 / EM

Telah disetujui untuk diseminarkan

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA ALFAMART BUDURAN
SIDOARJO

Yang diajukan

OKA BRIAN AGENG WIBISONO
0612010002 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA ALFAMART BUDURAN
SIDOARJO

Disusun Oleh:

OKA BRIAN AGENG WIBISONO
0612010002 / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 30 Maret 2012

Pembimbing Utama :

Tim Pengguji :
Ketua

Drs. Ec. Supriyono MM

Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS
Sekretaris

Drs. Ec. Supriyono MM
Anggota

Yuningsih, SE, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA ALFAMART BUDURAN SIDOARJO”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdil Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Tinjauan Terhadap Pemasaran	10
2.2.2. Kualitas Layanan.....	12
2.2.3. Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.4. Minat beli ulang	18
2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen	22
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Minat beli ulang	23
2.3. Model Konseptual	26
2.4. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	30
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	31
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.2. Struktur Organisasi	46
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.3. Hasil penelitian	55
4.3.1. Uji Outlier Multivariate	55
4.3.2. Uji Reliabilitas	55
4.3.3. Uji Validitas	57
4.3.4. Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	58
4.3.5. Evaluasi Normalitas	59
4.3.6. Evaluasi Model One – Step Approach to SEM.....	60

4.3.7. Uji Kausalitas	63
4.4. Pembahasan	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2. Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Outlier Multivariate	55
Tabel 4.9. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	56
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.11. Construct Reliability & Variance Extrated	60
Tabel 4.12. Assessment of Normality	60
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeces	61
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeces	62
Tabel 4.15. Data Uji Kausalitas	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Model Pengukuran dan Struktural.....	61
Gambar 4.2: Model Pengukuran dan Struktural.....	62

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA ALFAMART BUDURAN SIDOARJO

Oka Brian Ageng Wibisono

ABSTRAK

Dalam menarik minat beli ulang banyak factor yang mempengaruhi, antara lain faktor kenyamanan, pelayanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya, hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen untuk memilih toko mana yang akan didatangi konsumen. Untuk itu, melalui penelitian ini maka akan diteliti lebih mendalam mengenai pengaruh Kepuasan Konsumen dan aplikasi bauran pemasaran dari konsumen Alfamart terhadap kepuasan dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang. Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat beli ulang Di Alfamart Buduran Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Alfamart sampai sekarang. Metode pengambilan sampel dengan metode non probability sampling dengan teknik Purposive Sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti Sampel diambil dari konsumen yang berada pada Alfamart, dengan jumlah 110 orang. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM).

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis SEM, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Buduran Sidoarjo. Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang Alfamart Buduran Sidoarjo

Keywords : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Minat beli ulang

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis ritel terus berkembang dengan pesat. Berkembangnya konsep budaya belanja di pasar modern yang semakin kuat menyebabkan banyak peritel pasar modern terus mengembangkan diri. Begitu antusiasnya setiap peritel menjadikan persaingan yang ketat antar peritel dan akhirnya diantara peritel juga saling bersaing. Dua peritel yang terkesan saling bersaing dengan ketat diantaranya adalah Indomaret dan Alfamaret. Kedua peritel pasar modern ini terus mengembangkan diri dan di setiap gerai Indomaret, maka bisa ditemukan Alfamaret karena alfamaret bisa dianggap sebagai penantang pasar bagi Indomaret. Persaingan yang ketat akhirnya menjadi strategi perluasan agresif dilakukan oleh Indomaret dan akhirnya diikuti dengan Alfamaret. Untuk pengembangan diri dengan cepat, maka perluasan dilakukan dengan sistem franchise.

Di Indonesia, sistem bisnis dengan franchise mulai berkembang sejak tahun 1970 an. Pada saat ini sudah banyak franchise asing yang masuk ke Indonesia, baik dalam perdagangan barang maupun dan jasa. Saat ini usaha franchise semakin berkembang, khususnya pada usaha retail. Dua usaha retail yang melakukan franchise untuk mengembangkan diri diantaranya adalah Indomaret dan Almarek Mariani (2008). Kedua peritel ini memang terus berkembang dan saling bersaing satu diantaranya.

Sekilas bisa dijelaskan bahwa Tahun 1997 Indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Pola waralaba ini ditawarkan setelah Indomaret terbukti sehat dengan memiliki lebih dari 700 gerai , yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang baik. Pengalaman panjang yang telah teruji itu mendapat sambutan positif masyarakat, terlihat dari meningkat tajamnya jumlah gerai waralaba Indomaret, dari 2 gerai pada tahun 1997 menjadi 785 gerai pada Desember 2006. Program waralaba Indomaret yang tidak rumit terbukti dapat diterima masyarakat. Bahkan, sinergi pewaralaba (Indomaret) dan terwaralaba (masyarakat) ini merupakan salah satu keunggulan domestik dalam memasuki era globalisasi (Mariani, 2008).

Melihat kesuksesan yang dilakukan oleh Indomaret menjadikan Alfamaret melakukan langkah serupa yaitu dengan ikut melakukan strategi franchise. Alfamaret kental dengan slogan ‘belanja puas harga pas’ Alfamart sangat familier di telinga. Selain karena jaringan usahanya yang telah menggurita juga karena Alfamart bisa dikatakan adalah satu-satunya usaha waralaba yang paling giat dan serius dalam melakukan promosi dalam upaya mendekatkan diri ke konsumen. Alfamart adalah satu-satunya bisnis waralaba yang gencar melakukan strategi komunikasi demi memperkuat brand awareness dan minat beli ulang.

Alfamart yang mulai berdiri pada 18 Oktober 1999 dengan outlet pertama yang beroperasi di Jl. Beringin-Tangerang. Sejak difranchisekan sejak Tahun 2003, Alfamart terus berkembang pesat hingga saat ini. Total kini Alfamart telah memiliki outlet lebih dari 2.000 buah yang tersebar di Pulau Jawa dan Lampung, dengan didukung oleh 10 Distribution Centre (DC). Menariknya, dari keseluruhan outlet tersebut 35%-nya dioperasikan dengan sistem franchise. Alfamart yang mencetak rekor MURI sebagai minimarket pertama di Indonesia yang memperoleh ISO 9001 ini mematok fee royalti sekitar Rp 45 juta dengan other income Rp 6 juta per bulan (6 x 60 bulan = Rp 360 juta) (Mariani, 2008).

Pasar Modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir). Itulah sebabnya, pasar dengan format seperti ini disebut juga Pasar Swalayan.

Minimarket merupakan jenis pasar modern yang agresif memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem franchise dalam memperbanyak jumlah gerai. Dua jaringan terbesar Minimarket yakni Indomaret dan Alfamart juga menerapkan sistem ini.

Tujuan peritel minimarket dalam memperbanyak jumlah gerai adalah untuk memperbesar skala usaha (sehingga bersaing dengan skala usaha Supermarket dan Hypermarket), yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar ke pemasok.

Sistem franchise merupakan metode dianggap lebih mudah dan murah karena tanpa mengeluarkan biaya investasi, peritel selaku pemberi waralaba bisa meningkatkan volume pembelian barang sebab pasokan barang ke gerai-gerai franchise tetap dilakukan oleh peritel pemberi waralaba.

Pada kelompok Minimarket, hanya terdapat 2 pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart. Indomaret merupakan pemain terbesar dengan pangsa omset sekitar 43,2% dari total omset Minimarket di Indonesia. Sementara Alfamart membuntuti dengan pengumpulan omset sebesar Rp7,3 triliun atau sekitar 40,8% dari total omset Minimarket di Indonesia.

Indomaret juga mempunyai jaringan Minimarket dengan jumlah gerai terbanyak, dibuntuti Alfamart. Pada 2008, jumlah gerai jaringan Indomaret mencapai 3.116 unit atau 30,3% dari total jumlah gerai Minimarket yang ada di Indonesia, sementara jumlah gerai jaringan Alfamart mencapai 2.755 unit atau 26,8% dari total jumlah gerai Minimarket di Indonesia.

Hal tersebut juga diikuti oleh gerai-gerai Alfamart di beberapa daerah. Begitu pula yang dialami Alfamart di Cabang Perum Surya Asri – Buduran, Sidoarjo, yang mengalami penurunan penjualan dan ditunjukkan dengan data penjualan dibawah ini.

Tabel. 1.1. Data Penjualan Alfamart Tahun 2007-2011
Cabang Perum Surya Asri – Buduran, Sidoarjo

Tahun	Penjualan (dalam Jutaan)
2007	1.158.658
2008	1.167.755
2009	1.139.244
2010	1.145.183
2011	1.127.705

Sumber : Alfamart cabang Perumahan Surya Asri, Sidoarjo

Sebenarnya untuk meningkatkan minat beli ulang, Alfamart sudah membuat program KARTU AKU, yang tujuannya memberikan kedekatan dengan konsumen dengan memberikan diskon dan fasilitas tambahan, jika konsumen memiliki kartu tersebut, tetapi ternyata program tersebut kurang dapat menarik minat beli ulang. Berikut adalah data pendaftar program Kartu AKU.

Sugiharto (2007:62) menyatakan bahwa keseluruhan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengaruh yang positif ini bisa diartikan bahwa kepuasan yang meningkat akan diikuti dengan peningkatan minat beli ulang.

Dalam menarik minat beli ulang banyak factor yang mempengaruhi, antara lain faktor kenyamanan, pelayanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya, hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen untuk memilih toko mana yang akan didatangi konsumen (James F

Engel,1994:258), dalam membandingkan minimarket mana yang akan dikunjungi konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal berikut diantaranya: promosi, promosi konsumen cenderung memilih minimarket mana yang menginformasikan produknya lebih baik melalui iklan yang menarik, namun ada juga konsumen yang tidak mementingkan promosi yang menarik untuk mendatangi suatu minimarket yang terpenting adalah pelayanan yang memuaskan. Selain itu kelengkapan produk, konsumen dalam memilih minimarket mana yang akan di kunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang di jual pada minimarket itu, jika ada minimarket yang lebih lengkap meskipun jarak yang di tempuh agak jauh maka konsumen akan mengunjungi minimarket yang lebih lengkap produknya. Pelayanan, dalam berbelanja konsumen yang mementingkan pelayanan akan memilih minimarket yang memeberikan pelayanan sesuai leinginannya, namun konsumen yang kurang mementingkan pelayanan akan memilih minimarket yang memberikan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang standar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Samuel (2006:57) menyatakan bahwa kepuasan konsumen untuk industri ritel sangat dipengaruhi oleh aplikasi buran pemasaran dan Kepuasan Konsumen. Untuk itu, melalui penelitian ini maka akan diteliti lebih mendalam mengenai pengaruh Kepuasan Konsumen dan aplikasi bauran pemasaran dari konsumen Alfamaret terhadap kepuasan dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Terhadap Minat beli ulang Di Alfamart Buduran Sidoarjo”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diajukan di atas, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Buduran Sidoarjo ?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang Alfamart Buduran Sidoarjo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang diajukan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Buduran Sidoarjo.
2. Untuk menjelaskan pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap minat beli ulang Alfamart Buduran Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Alfamart

Memberikan masukan untuk pengembangan berbagai kebijakan operasional untuk menciptakan minat beli ulang